

LES ARCHES METROPOLE

The Snow-Sallanches : la saga d'un Retail Park

« Patience et longueur de temps... » : le vers de La Fontaine illustre parfaitement les péripéties du « Snow-Sallanches », un Retail Park que le promoteur Les Arches Métropole a mené à bien avec Carrefour Property. Cette opération de 12 000 m² qui s'ajoutent aux 17 000 existants aura mis près de 15 ans à voir le jour. Alors que le Groupe a mis en vente cet actif, Fabrice Dumartin, son président, et Alexandre Iquitian, directeur Investissements et Patrimoine, expliquent en quoi ce dossier a valeur d'exemple.



Pourquoi parler de l'opération de Sallanches ?

Fabrice Dumartin : Parce qu'elle constitue un réel succès dans un contexte globalement hostile, parce le processus a été long et mouvementé, parce que l'appétence des enseignes ne s'est jamais démentie durant ces dernières années, parce qu'elle oppose un démenti à tous ceux qui ont tendance à faire rimer Retail Park avec Jurassic Park !

Rien que ça !

F. Dumartin : Mais oui ! C'est une opération atypique. Regardez la situation. Il y a quelques années, les Retail Park poussaient comme des champignons : 15 000 m², 50 000 m²... Les Arches Métropole ont développé 60 000 m² à Metz. Aujourd'hui, la conjoncture est difficile. On est dans une période de rareté, pour ne pas dire de « Retail bashing », pour plein de raisons : parce que les politiques souhaitent redévelopper les centres-villes, parce que certains trouvent qu'il y en a trop, parce que les enseignes qui ont fait la richesse de la périphérie, notamment celles du textile, vivent des années compliquées. Il y a 10 ou 15 ans, le « Snow » aurait été un produit parmi d'autres. Aujourd'hui, c'est un événement qui prouve que le Retail défend ses lettres de noblesse.

Alexandre Iquitian : Ce dossier a été initié au début des années 2000 par un promoteur indépendant dont la société a été rachetée par Carrefour, l'enseigne leader sur la zone. Puis l'opération a été abandonnée pour des raisons essentiellement administratives. Les Arches Métropole ont repris cette opération en concertation avec Carrefour et Boîte à Outils pour concevoir un parc commercial cohérent. L'autorisation départementale a de nouveau été attaquée. Nous sommes allés jusqu'à la commission nationale. Deux recours ont été initiés à l'issue de la décision favorable de la CNAC : l'un auprès du Tribunal Administratif, le second auprès de la Cour Administrative d'appel. Nous avons réussi à lever ces deux recours et aujourd'hui le permis de construire, obtenu en juin 2017, est devenu définitif.

Diriez-vous que Sallanches avait fini par devenir une Arlésienne dans la profession ?

F. Dumartin : Il y a un peu de ça, mais même si certains trouvaient le temps long, je peux vous dire que les enseignes nationales n'ont jamais quitté l'opération des yeux. Et pour cause. L'emplacement face au Mont-Blanc est magnifique. La Vallée de l'Arve jouit d'un tissu industriel fort (Somfy, Dynastar...) et d'un faible

taux de chômage (4,9 %). Le pouvoir d'achat local y est supérieur à la moyenne nationale du fait de la proximité de la Suisse où travaillent une bonne partie de ses habitants. A cette situation s'ajoute une pénurie de foncier pour les activités commerciales. Autant de raisons qui expliquent son attractivité auprès des enseignes nationales.

A. Iquitian : J'en veux pour preuve que depuis Maisons du Monde, la première enseigne à nous avoir fait confiance sur ce dossier, aucune enseigne ne s'est retirée à cause de la durée. Au fil des années, nous avons été conduits à leur soumettre beaucoup d'avenants : tous ont été signés. Les enseignes nous ont toujours suivi.

Quelles étaient les enseignes présentes au départ ?

A. Iquitian : Nous sommes situés sur un terrain d'assiette d'un peu plus de 41 000 m² mitoyen d'un hypermarché Carrefour implanté depuis les années 70. Quoique vieillissant, il demeure la référence locale par la taille de son offre alimentaire. Ce centre est doté d'un accès direct sur un giratoire en connexion avec l'autoroute A40 en direction du Tunnel du Mont Blanc. Aux abords de cet hypermarché, on constate un

sous-équipement commercial avec comme seule offre complémentaire un magasin Boîte A Outils et un magasin Botanic.

Quelle sera l'offre commerciale après travaux ?

A. Iquitian : Pour entrer dans les détails : Le Carrefour ne va pas être agrandi mais il sera modernisé dans une continuité d'exploitation. Son aire de stationnement sera reconfigurée et paysagée. Il bénéficiera d'une deuxième bretelle d'accès que nous créons sur le giratoire et qui va servir dans un premier temps pour le chantier et par la suite représentera le second accès au centre commercial. La Boîte à Outils, actuellement installée dans des locaux vétustes au milieu du parking Carrefour, va être démolie puis transférée avec agrandissement (+2 000 m²) dans un bâtiment neuf intégré dans le parc commercial Botanic ne bouge pas et ne s'agrandit pas. En revanche, Darty situé en face du Carrefour va se transférer en agrandissant sa surface de vente pour accueillir le nouveau concept Darty-Fnac, emblématique de la nouvelle identité du concept du Groupe. Et nous enregistrons l'arrivée de très belles enseignes comme Maisons du Monde, Camaïeu, le Groupe Beaumanoir, Armand Thierry...

Au début de l'entretien, vous parlez d'un « réel succès », que voulez-vous dire par là ?

F. Dumartin : « The Snow » est une opération qui est louée à ce jour en baux fermes à presque 90 %, et ce alors que les travaux viennent de démarrer, que la livraison est prévue au deuxième trimestre 2020 et l'ouverture au public en septembre 2020. Un site qui s'ouvre à 60-70 % de remplissage, ce n'est pas mal dans notre métier. Nous serons à 100 % au troisième trimestre de cette année, à presque 12 mois de l'ouverture. Donc nous sommes fiers de l'adhésion rencontrée. Je tiens d'ailleurs à saluer toute l'équipe de CogePark, notre filiale en charge de la commercialisation, et sa directrice Clarence Cabrol, ex-directrice du développement du groupe Intersport, accompagnée par l'agence Actimo (Géraldine Bardone) à qui cette réussite doit beaucoup.

Sur quelles bases financières ont été signés les baux ?

F. Dumartin : Nous sommes sur une valeur locative moyenne de 137 €/m², soit un revenu locatif annuel de plus de 1,5 M€. A titre de comparaison, un emplacement similaire en région se loue plutôt autour de 90/100 € en dehors des grandes agglomérations nationales. Le loyer moyen est conforme aux perspectives d'exploitation des enseignes et au pouvoir d'achat du bassin d'habitat. Les enseignes sont conscientes que le marché Sallanchard représente une niche qui se démarque des références usuelles du marché national.

Quelles sont les retombées économiques ?

A. Iquitian : Le montant des taxes liées à l'obtention du permis de construire versées au profit des collectivités territoriales (commune, département, redevance archéologique et paysa-



gère) est de 650 000 €. L'estimation du montant de la taxe foncière annuelle est de 100 000 € environ. Quant au nombre d'emplois créés, il s'élève à près de 120.

Un petit mot sur le volet écologique ?

A. Iquitian : Bien sûr ! Cela a été une priorité constante. Nous avons créé un parking paysager et des espaces verts après avoir missionné un écologue. Tout le périmètre du parc de stationnement (1 000 places) sera agrémenté par des arbres de haute tige. Nous avons également reconstitué des zones humides au-delà des prescriptions imposées par la réglementation. Pour être plus clair, nous avons mis en place des mesures de compensation pour reconfigurer les zones humides affectées à hauteur de 240 % bien au-delà des prescriptions réglementaires. The SNOW sera doté de la certification BREAM de niveau GOOD.

Par ailleurs un soin particulier sera apporté au traitement de la 5^{ème} façade avec l'installation d'une toiture végétalisée agrémentée par des ruches dans le cadre d'une convention mise en place avec un apiculteur local.

Pour quelles raisons souhaitez-vous vendre ce Retail Park ?

F. Dumartin : Parce que notre métier est avant tout d'être promoteur d'espaces de vie et ponctuellement investisseur. Ces éléments confèrent à The Snow toutes les caractéristiques recherchées aujourd'hui par les investisseurs désireux de se porter acquéreurs d'actifs pérennes de qualité : toutes les autorisations administratives sont aujourd'hui purgées, les travaux ont démarré et il est loué à 90 % sous forme de baux notariés. Il n'y a donc plus de risque pour l'acquéreur. BNP Paribas Real Estate et Gouny & Starkley sont aujourd'hui chargés de mettre en œuvre l'arbitrage de l'actif.

Quelles conclusions tirez-vous de cette « saga » ?

F. Dumartin : N'en déplaise aux oiseaux de mauvais augure il faut savoir s'affranchir des propos convenus du moment, le Retail Park demeure une classe d'actif pérenne pour les sujets bien conçus, bien situés dans des zones à fort potentiel.

Parce que la France continuera à utiliser sa voiture - je ne parle pas de Paris. Parce qu'on ne se déplace pas à pied ou en bus pour faire des courses importantes et que le Retail offre une facilité d'accès et de parking avec sa gratuité de stationnement.

Pour les enseignes, dans une France qui ne s'enrichit pas, le Retail Park offre des loyers inférieurs à ceux d'un centre commercial ou d'un centre-ville. Je crois dur comme fer que ce type d'implantation est utile au citoyen. Le soutien des politiques en est un très bon indicateur. Je reçois des coups de téléphone de maires qui se félicitent des afflux de fréquentation sur le territoire de leur commune. On s'aperçoit qu'en faisant du Retail intelligemment, on ne pénalise pas le centre-ville. A nous de continuer à être innovants sans perdre notre âme ni celle du commerce.



22 boulevard Voltaire
92130 Issy-Les-Moulineaux
Tél. : +33 1 41 09 60 00
Port. : +33 6 11 76 53 00
Fax : +33 1 41 09 60 01